

Digital User Experience

Lezione 2

Mario Verdicchio

Università degli Studi di Bergamo

Anno Accademico 2023-2024

Lezione 2 (22 febbraio 2024)

- Processo UX minimo indispensabile

Processo UX minimo

1. BS check
2. Benchmark generico
3. Definizione di user story e flow
4. Pattern benchmark per wireframe
5. Pattern benchmark per user interface
6. Presentazione al cliente


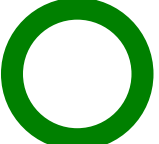
1. BS check

- Fare un colloquio approfondito con il cliente per stanare le “cavolate”, ossia idee sbagliate o irrealistiche che possono portare a seri problemi nel progetto
- Domande chiave:
 - Quali sono gli obiettivi di business?
 - Qual è il problema che il cliente vuole risolvere?
 - Il problema è un problema reale?
 - La soluzione desiderata dal cliente risolve tale problema?

SMART

- Si tratta di un possibile framework per organizzare il BS check
- Introdotto da George Doran nel 1981 (Management Review 70(11): 35-36)
- Si tratta di un acronimo:
 - Specific
 - Measurable
 - Actionable
 - Realistic
 - Time-based

Specific

- Ogni obiettivo deve essere definito in maniera chiara e non soggetto a interpretazioni
 - “Voglio aumentare le visite al mio sito web” 
 - “Voglio aumentare le visite mensili al mio sito web del 20%” 

Measurable

- Ogni risultato richiesto deve essere misurabile

– “Voglio che i miei utenti si sentano più felici”






– “Voglio un aumento delle donazioni da parte degli utenti del 15%”



Actionable

- Con un obiettivo chiaro e misurabile, abbiamo bisogno di mezzi per poterlo raggiungere
 - “Voglio che gli utenti del blog leggano gli articoli fino in fondo” ❌
 - “Voglio che gli utenti abbiano modo di interagire con i post del blog” ○
- Non c'è modo di costringere gli utenti a seguire gli articoli fino in fondo, mentre aggiungere bottoni per like o finestre per aggiungere commenti è un'azione possibile

Realistic

- Eliminare obiettivi che non sono realistici
 - “Voglio che tutti gli utenti che visitano il sito web si iscrivano” 
 - “Voglio 100mila utenti nel primo mese di lancio della nostra startup” 
- Fare molta attenzione ai cosiddetti “falsi amici”: obiettivi che sembrano raggiungibili ma che in realtà non lo sono
 - “Vorrei che il mio sito avesse un tasso di conversione del 10%” 

(Siti di e-commerce di buon successo hanno un tasso di conversione di circa 3%)

Time-based

- Gli obiettivi devono avere un riferimento temporale
 - “Voglio 10mila nuovi utenti” ❌
 - “Voglio 1000 nuovi utenti al mese nei prossimi 6 mesi” ○
- Le proiezioni in questo contesto sono molto importanti e dobbiamo valutarle per essere sicuri di far fronte alle aspettative

2. Benchmark generico

- Nel processo UX completo, dopo aver concordato con il cliente gli obiettivi, dovremmo dedicarci all'analisi dei competitor e alla user research (con sondaggi e interviste)
- Quando non ci sono le risorse, dobbiamo ricorrere al benchmark generico: lo studio di iniziative simili alla nostra

Studio di prodotti simili

- Come è stato strutturato?
- Perché sono state operate queste scelte?
- Perché l'interfaccia ha questo aspetto?
- Da che cosa possiamo prendere ispirazione e perché?
- Che cosa dovremmo evitare e perché?

High-level concept

- Ci si può anche far ispirare da concetti di alto livello (di astrazione): non necessariamente corrispondenti in maniera concreta al prodotto che stiamo concependo, ma che ci permettono di ragionare per similitudine
- Esempi:
 - un Uber per la consegna a domicilio
 - un Booking per servizi di pulizia
 - uno Spotify per libri

Risultato del benchmark generico

- Abbiamo ora un'idea generale del prodotto che verrà progettato e una lista di funzionalità

3. User story e user flow

- Le user story sono una tecnica per descrivere per mezzo di frasi le funzionalità di un prodotto e i relativi flussi degli utenti
- La struttura tipica di una user story è
In qualità di <ruolo>
io voglio <funzione o azione>
in modo da <risultato desiderato>.

Esempi di user story per Airbnb

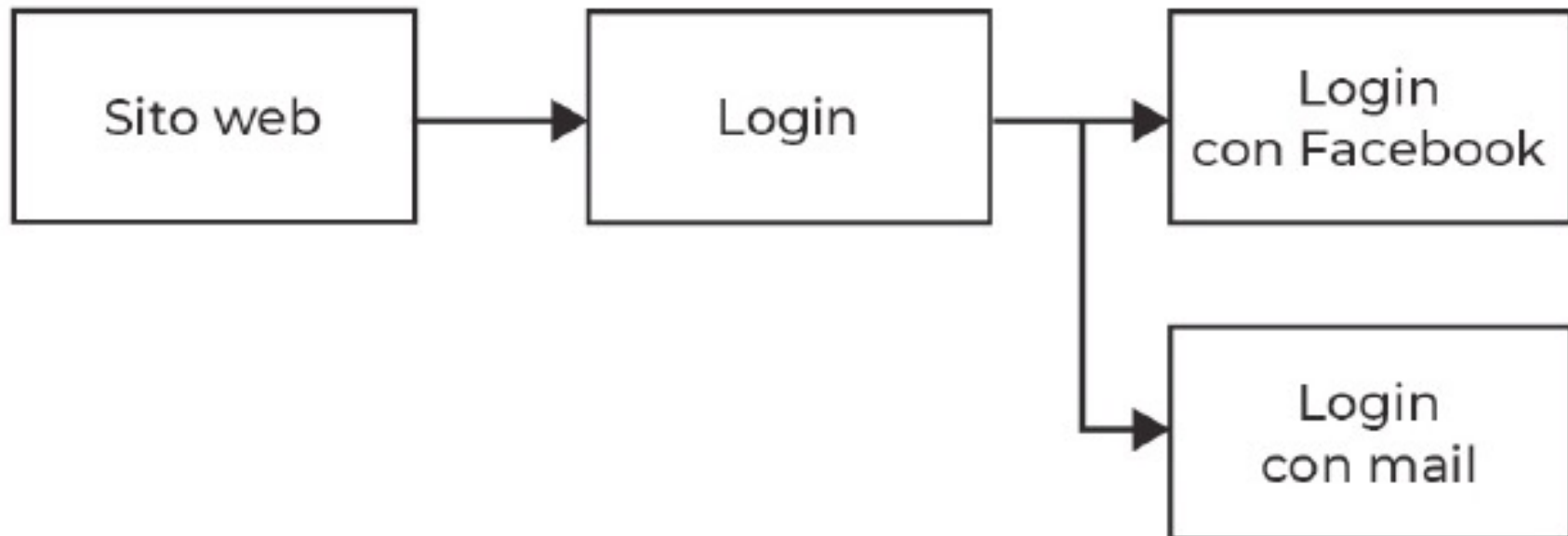
- In qualità di **cliente** voglio **cercare case** in modo da **affittarne una**
- In qualità di **cliente** voglio **filtrare i risultati** in modo da **velocizzare la mia ricerca**
- In qualità di **host** voglio **inserire i dati della mia casa** in modo da **poterla affittare**
- In qualità di **host** voglio **ricevere notifiche** in modo da **poter approvare in maniera veloce le richieste di prenotazione**

Versione semplificata delle user story

- In qualità di <ruolo> voglio <azione>
- Esempi:
 - In qualità di **cliente** voglio **registrarmi**
 - In qualità di **cliente** voglio **inserire le mie informazioni**
 - In qualità di **cliente** voglio **modificare le mie informazioni**

User story grafica = user flow

- In qualità di **utente** voglio **fare login con email o social account**



Più user story in un unico user flow

- In qualità di **utente** voglio **fare login con email o social account**
- In qualità di **utente** voglio **una dashboard per avere una panoramica**

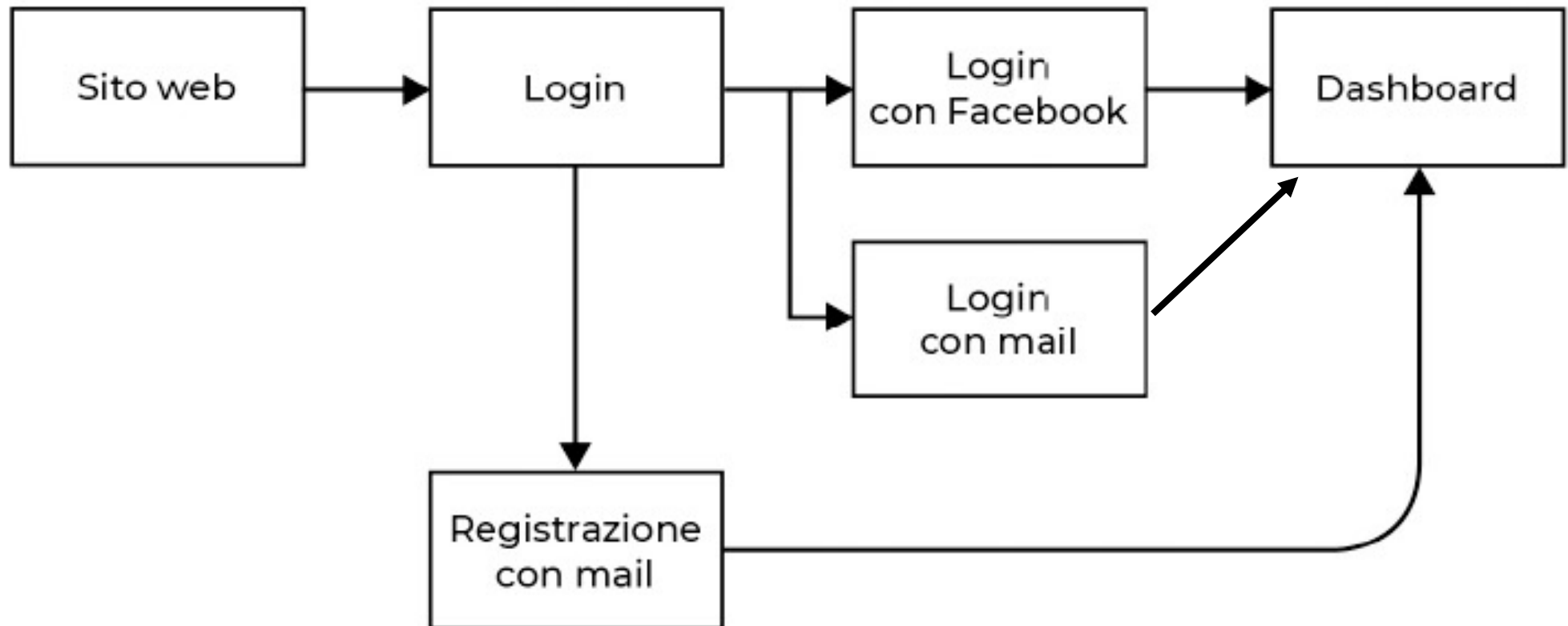


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

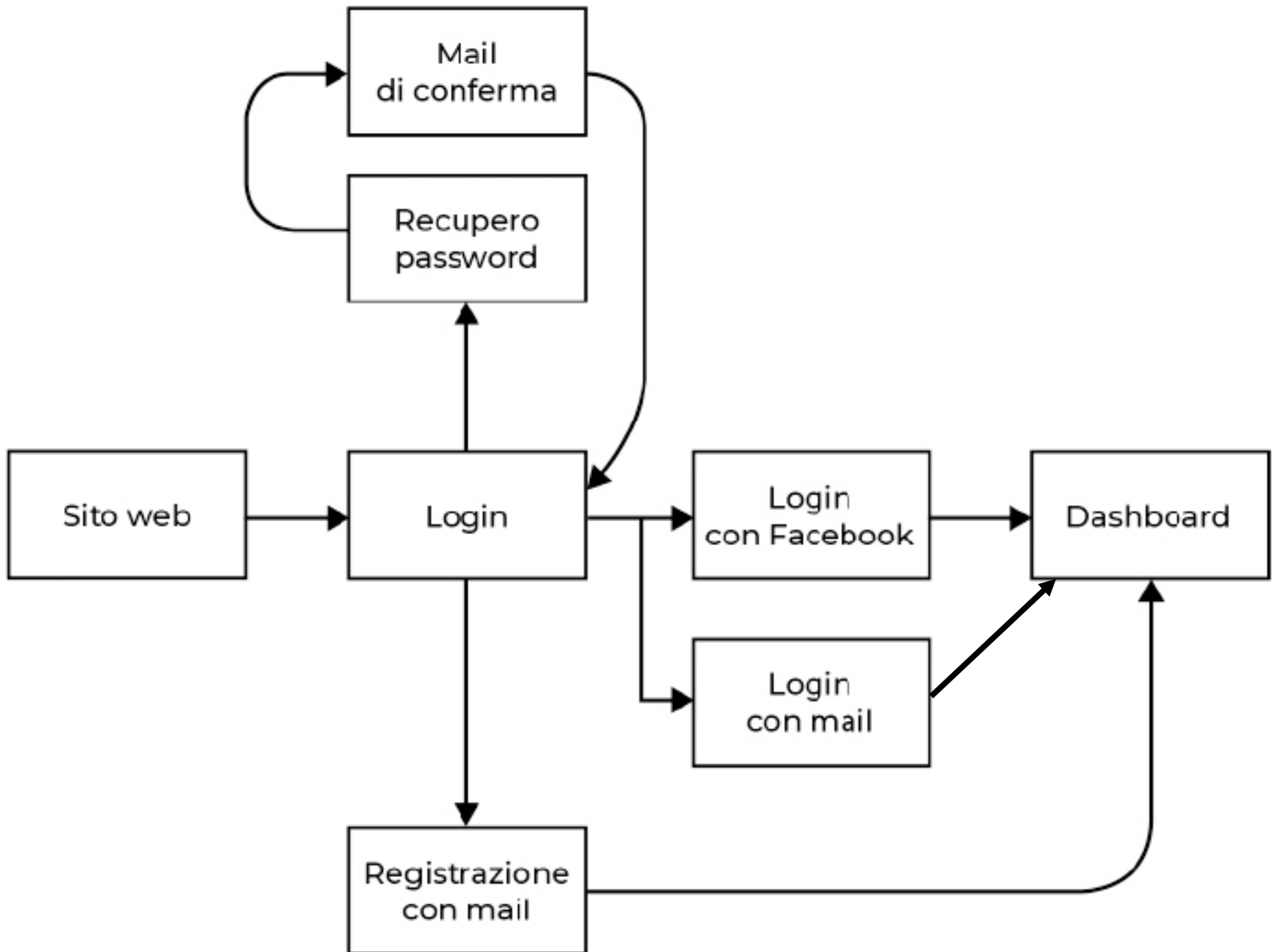


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

User flow vs Information Architecture

- All'apparenza molto simili, sono in realtà due metodologie grafiche per esprimere aspetti diversi del nostro prodotto:
 - lo user flow mostra i possibili percorsi d'uso che un utente può intraprendere
 - la IA (o anche sitemap) mostra tutte le informazioni e i contenuti che un prodotto mette a disposizione dell'utente, e anche la loro organizzazione gerarchica

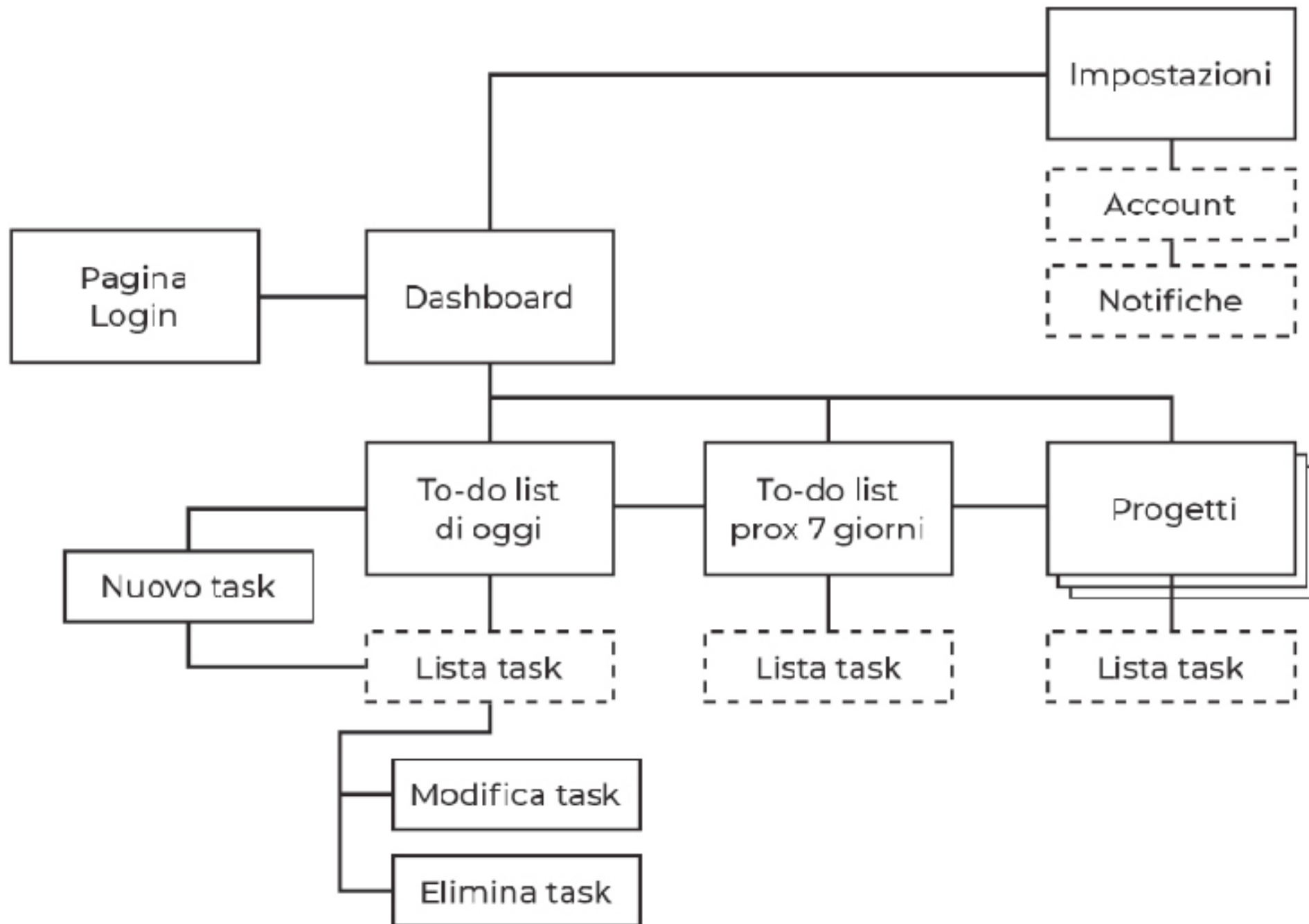


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

Risultato di questo step

- Abbiamo la lista di tutte le azioni che gli utenti possono svolgere e la relativa rappresentazione grafica
- Una volta ottenuta l'approvazione del cliente, sappiamo che cosa dobbiamo andare a progettare

4. Pattern benchmark per wireframe

- Ora dobbiamo costruire le schermate che permetteranno all'utente di muoversi nella struttura determinata negli step precedenti
- Prendiamo come esempio l'ingresso nel sito:
 - Homepage > Pagina login > Dashboard
- La pagina login dovrà avere tutti gli elementi necessari perché l'utente possa svolgere tutte le azioni delle relative user story

Da user story a wireframe: le story

- In qualità di **utente** voglio **effettuare il login con nome utente e password**
- In qualità di **utente** voglio **recuperare la password dimenticata**
- In qualità di **utente** voglio **registrare un nuovo account**

Da user story a wireframe: gli elementi necessari

- In funzione di queste story, abbiamo bisogno nella pagina login di:
 - campi di inserimento di username e password
 - un bottone per confermare
 - un link per il recupero della password
 - un link per andare alla pagina di signup (registrazione di un nuovo account)

Da user story a wireframe: il wireframe

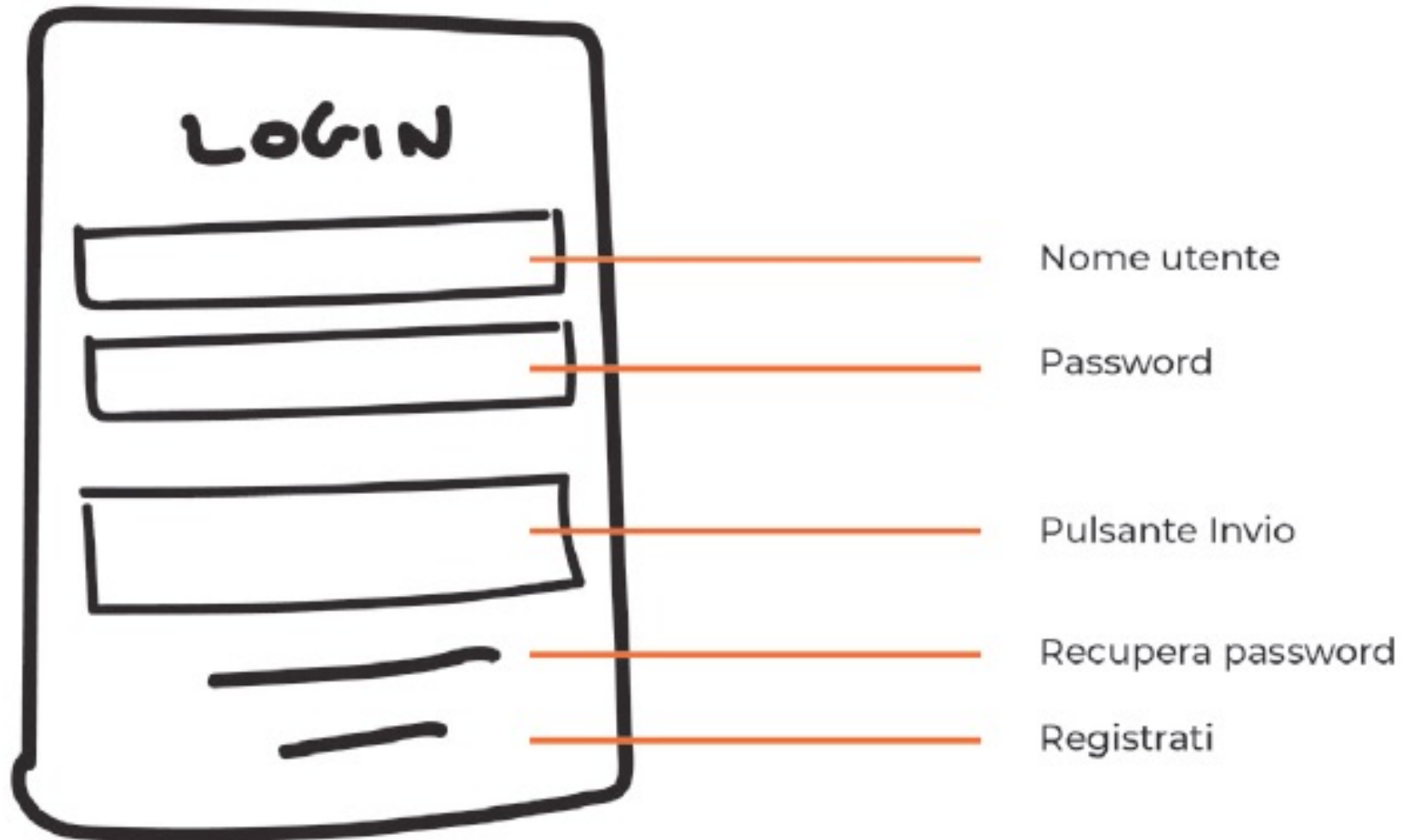


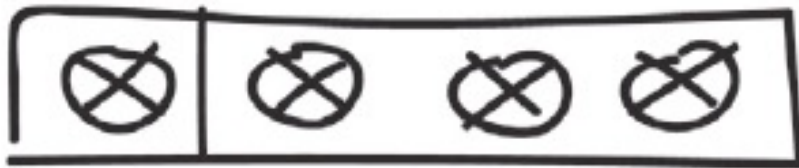
Figura tratta dal libro "Manuale di sopravvivenza per UX Designer" di Matteo di Pascale

I pattern

- Pattern: schema; nel contesto dei wireframe, una struttura generica che usiamo per creare elementi all'interno delle nostre schermate
- Non solo è lecito, ma è anche consigliabile in questo step prendere ispirazione dai pattern più diffusi nei siti più di successo

Esempi di pattern

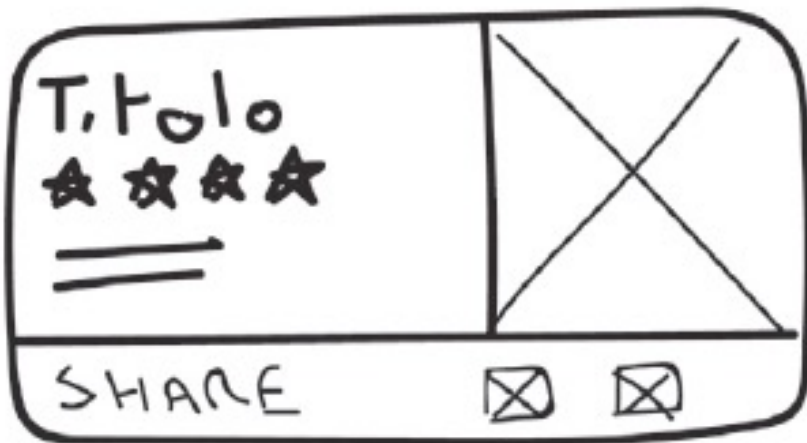
Tab Bar



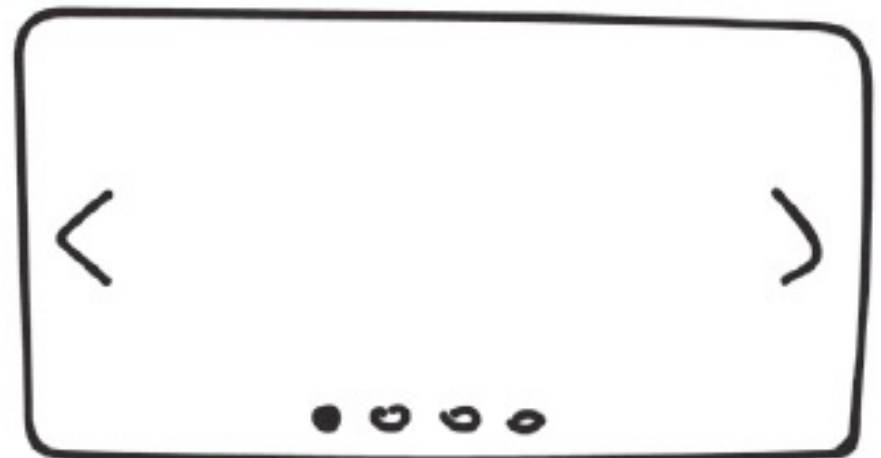
Burger Menu



Card di Google Maps



Slider



Wireframe



Figura tratta dal libro "Manuale di sopravvivenza per UX Designer" di Matteo di Pascale

Esempio di ispirazione

- Un flow per una app di ricette:

login > dashboard > ricerca ricetta > leggi ricetta > inserisci ricetta nei preferiti

- analizzo schermate di login che considero efficaci (Airbnb, Spotify)
- studio la dashboard di Netflix, che propone elementi sulla base dei gusti dell'utente
- mi chiedo come sviluppare la funzione di ricerca (search) e mi ispiro a Facebook e LinkedIn
- studio come le singole ricette vengono presentate su Giallozafferano

Risultato di questo step

- Abbiamo creato i wireframe di tutte le schermate prendendo ispirazione dai pattern dei prodotti già presenti sul mercato, facendo attenzione che tali pattern siano compatibili con le piattaforme di destinazione

5. Pattern benchmark per User Interface

- Si tratta di prendere ispirazione da prodotti esistenti, in particolare la loro veste grafica
- Di Pascale stesso, con un'indagine su Pinterest, ha scoperto i seguenti capisaldi:
 - ampio uso di gradienti
 - ombreggiature per elementi di rilievo
 - preferenza per immagini e illustrazioni scontornate
 - presenza di elementi con arrotondamenti importanti
 - font molto grandi per titoli e famiglie molto ricercate

Risultato di questo step

- Una volta ottenuto l'OK dal cliente sull'aspetto grafico applicato a una schermata, applichiamo tale aspetto a tutte le schermate del wireframe, ottenendo così un prototipo non funzionante ma visivamente completo

6. Presentazione del lavoro

- Dobbiamo:
 - comunicare al cliente l'output del nostro lavoro in maniera chiara
 - comunicare la coerenza delle nostre scelte progettuali
- La presentazione non è basata sul risultato finale (schermate del prodotto), ma su una narrazione che segue il flusso del nostro lavoro, a partire dai bisogni del cliente, analisi dei competitor, etc...
- Le personas posso aiutarci in tale narrazione

Personas



Giovanni Meneghello *Il manager*

Professione

Direttore marketing

Età

35

Bio

Giovanni lavora in centro a Milano da tre anni, all'interno di un'agenzia dove ha una carriera promettente.

In genere esce dall'ufficio intorno alle nove di sera e non ha tempo per andare in palestra. Ha già provato in passato, tuttavia non riesce a mantenere un impegno costante.

Goal

Giovanni vuole restare in forma e ridurre i livelli di stress sul lavoro, cercando però di ottimizzare al meglio il tempo speso per l'attività fisica.

Bisogni

Divertirsi durante lo svolgimento dell'attività ed essere motivato costantemente a non mollare.

Citazione

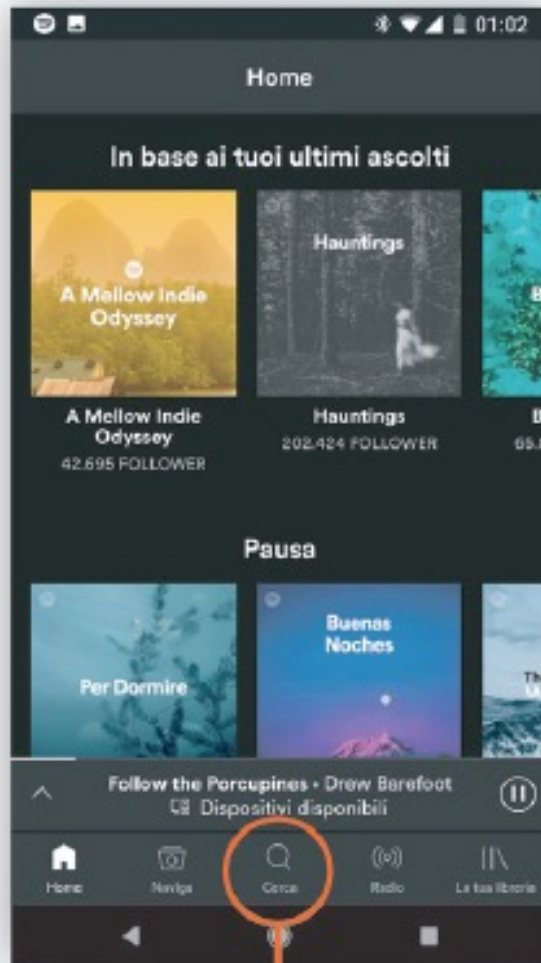
«E chi ha tempo per la palestra? Già tanto se riesco a mangiare un panino!»

6. Presentazione del lavoro

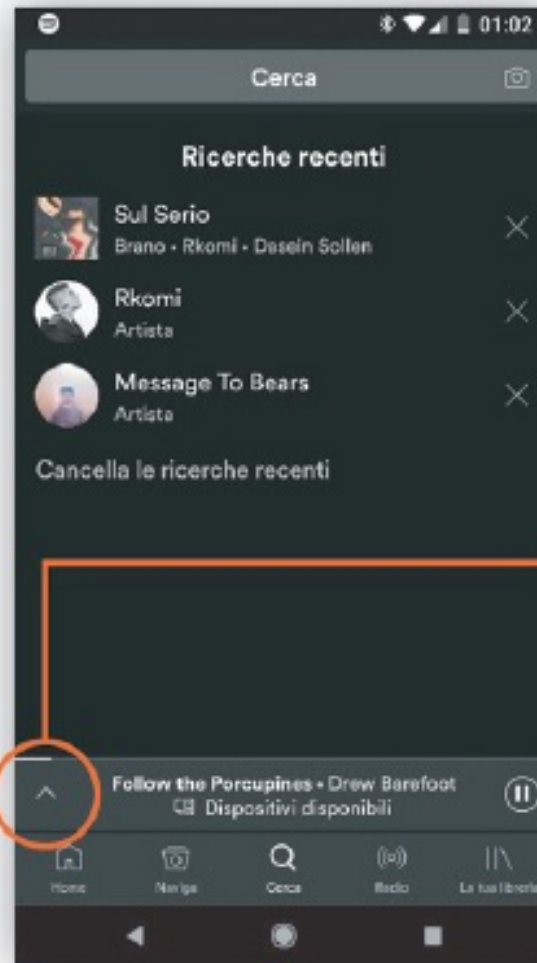
- Per mostrare come il prodotto funziona, possiamo usare il wireflow: un flusso di azioni da parte di un utente d'esempio attraverso le schermate del wireframe
- Wireframe + user flow = wireflow
- Se abbiamo già la UI completa, possiamo mostrare le schermate con tutta la grafica incorporata, e si parla di high-fidelity wireflow

High-fidelity wireflow

1.0 Home



1.2 Search



2.0 Player



Figura tratta dal libro "Manuale di sopravvivenza per UX Designer" di Matteo di Pascale